



MADRID

ÁREA DE GOBIERNO DE SALUD, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS
Dirección General del Instituto Municipal de Consumo

**PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID
2017**

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
LÍNEA DE ACCIÓN I. CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO.....	6
1. Desarrollo, participación territorial e implementación del Plan de Impulso del Consumo Sostenible en la ciudad de Madrid.....	6
2. Acciones incluidas en el PICS cuyo inicio de desarrollo está previsto en 2017	7
2.1 Medidas transversales (T).....	8
2.2 Medidas específicas de alguno de los ámbitos del Plan.....	9
3. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo.....	10
4. Convenios y protocolos de colaboración con entidades de economía social y solidaria	12
5. Madera y productos forestales sostenibles.....	12
6. Colaboración con Marine Stewardship Council para el fomento del consumo de productos de pesca sostenible	13
LÍNEA DE ACCIÓN II. Información y divulgación sobre consumo.....	14
1. Elaboración, edición y difusión de materiales divulgativos sobre consumo.....	15
2. Información sobre consumo a través de la página web municipal.....	17
3. Campañas de comunicación.....	18
4. Actividades de información en colaboración con las asociaciones de consumidores	20
5. Programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Colaboración con el Servicio de Asesoramiento a la Emergencia Residencial	21
LÍNEA DE ACCIÓN III. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO	22
1. Programa de actuaciones de la Oficina Municipal de Información al Consumidor	22
2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo	23
3. Desarrollo e implantación de una nueva herramienta informática de tramitación de expedientes en la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo	25
LÍNEA DE ACCIÓN IV. FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO	26
1. Programa anual de formación en consumo dirigido a personas consumidoras y a comerciantes	26
2. Formación en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid a través del Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid.....	27

LÍNEA DE ACCIÓN V. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL SECTOR EMPRESARIAL	29
1. Acciones informativas dirigidas al sector empresarial.....	29
2. Elaboración, actualización e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas	29
3. Actualización del censo de empresas adheridas a Códigos de Buenas Prácticas	30
4. Acciones de comunicación y difusión de los Códigos de Buenas Prácticas.....	30
5. Oficina de Investigación de Consumo.....	30
6. Actividades de inspección.	31
LÍNEA DE ACCIÓN VI. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA GESTIÓN	35
1. Publicidad activa	35
2. Carta de servicios de la OMIC certificada conforme a la norma UNE 93200	36
3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo	37
LÍNEA DE ACCIÓN VII. COORDINACIÓN, COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO	38
1. Colaboración en materia de consumo con los distritos.....	38
2. Revisión de la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC.....	39
3. Comisión informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario.....	39
4. Convenio de colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid	40
5. Colaboración con asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales	40
6. Participación en consumo.....	41
ANEXO I.....	43
TABLA RESUMEN DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO 493.00 “Consumo” PARA EL EJERCICIO 2017	43
ANEXO II.....	44
Cronograma campañas programadas de inspección de consumo año 2017:.....	44
Distritos e Instituto Municipal de Consumo.....	44

INTRODUCCIÓN

Un año más se presentan a través del Plan de Acción en materia de consumo las líneas fundamentales de actuación y las acciones concretas en las que el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con los servicios municipales de consumo de los Distritos, va a centrar su actividad.

Se pretende durante este año el mantenimiento de los programas dedicados al servicio público en defensa de los derechos de las personas -consumidoras, prestando especial atención, dentro de su ámbito competencial, a las situaciones de vulnerabilidad social que afectan a la ciudadanía. Cobra especial relevancia en este Plan anual el fomento del consumo sostenible y socialmente responsable, al preverse en él la ejecución de un conjunto novedoso de medidas incluidas en el Plan de Impulso del Consumo Sostenible en la Ciudad de Madrid, cuyo borrador ha sido elaborado de manera participativa en el ejercicio inmediatamente anterior.

Así, el Plan de acción 2017 se estructura en las tradicionales líneas de actuación de información y formación a las personas consumidoras, de resolución de conflictos a través de la mediación y el arbitraje de consumo, de inspección y control del mercado, de establecimiento de acuerdos voluntarios con los sectores empresariales a través de Códigos de Buenas Prácticas, a las que se han de sumar las labores de coordinación y cooperación entre los diversos agentes sociales y órganos administrativos en aras de promover una mejor protección de los derechos de las personas consumidoras de nuestra ciudad.

A esta línea de continuidad, que reconoce la labor desarrollada por los servicios municipales de consumo en los últimos años, se añade un intenso esfuerzo a favor de la promoción del consumo sostenible buscando con ello avanzar hacia un modelo económico centrado en la satisfacción de las necesidades de la ciudadanía, así como la promoción de la transparencia en la actuación municipal.

El Plan de acción 2017 se estructura en 7 líneas de acción dentro de las cuales se recogen las actuaciones más relevantes que tiene programado ejercer el Ayuntamiento de Madrid en materia de consumo:

- I** Consumo responsable y Comercio Justo
- II** Información y divulgación sobre consumo
- III** Resolución de conflictos de consumo

IV Formación en materia de consumo

V Actuaciones dirigidas al sector empresarial

VI Transparencia y calidad en la gestión

VII Coordinación, colaboración y participación en materia de consumo.

El Plan de acción en materia de consumo 2017 contiene un conjunto de actuaciones programadas, sin perjuicio de que la acción municipal en esta materia haya de verse complementada con otras acciones que pueda demandar el servicio.

El borrador del Plan de acción es sometido a consulta al Consejo Municipal de Consumo, como órgano que canaliza la participación sectorial en esta materia, y se ha circulado a los servicios de consumo de los distritos, para la formulación de las propuestas y observaciones que se hayan estimado convenientes.

Finalmente y, en virtud de lo dispuesto en la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, el Plan se publicará dentro de los contenidos de consumo de la página web municipal, junto con la memoria anual de actividades a la conclusión del ejercicio.

.....

LÍNEA DE ACCIÓN I. CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO

1. Desarrollo, participación territorial e implementación del Plan de Impulso del Consumo Sostenible en la ciudad de Madrid.

El consumo sostenible es un potente motor de cambio social, cuando las personas consumidoras toman un papel activo y utilizan el acto de consumir para promover cambios en el sistema de producción, distribución y consumo de bienes, productos y servicios. Entre las actuaciones en materia de consumo para el ejercicio anterior se planteó la elaboración de un plan estratégico sobre consumo sostenible.

El borrador de este plan, que se ha denominado Plan de Impulso del Consumo Sostenible en la ciudad de Madrid (PICS), desarrollado durante 2016, tiene un horizonte temporal que se extiende hasta el final de la legislatura. No se trata de un plan técnico, sino que ha sido elaborado de manera participativa con más de 45 organizaciones y entidades sociales, habiéndose circulado posteriormente a las Áreas de Gobierno municipales y complementado con el desarrollo de un conjunto de talleres y sesiones para incorporar al PICS las aportaciones de los distritos. Con él se pretende establecer un mecanismo de colaboración que involucre a la Administración y a los agentes sociales en un proceso encaminado a lograr que el consumo sostenible ayude a resolver problemas reales de la ciudadanía y suponga una referencia para el diseño de nuevas políticas públicas.

Aunque corresponde al Instituto Municipal de Consumo liderar la ejecución de gran parte de las acciones, el PICS no se ciñe su actuación al marco competencial propio del IMC, sino que se han incluido acciones a propuesta de otras áreas municipales, pero que contribuyen significativamente a la consecución de los fines y objetivos generales del Plan. Hasta la conformación definitiva del documento definitivo PICS se realizarán las siguientes acciones:

- Elaboración de las conclusiones del trabajo desarrollado a través de talleres participativos para formulación de propuestas por parte de los distritos al contenido y desarrollo del Plan.
- Presentación del borrador del Plan ante el Consejo Municipal de Consumo y recopilación de observaciones y propuestas formuladas por sus miembros.
- Incorporación de las acciones y observaciones formuladas por las Áreas de Gobierno, los distritos y los miembros del Consejo Municipal de Consumo al borrador del PICS.

- Desarrollo de un plan operativo de ejecución e implementación del PICS.
- Aprobación del PICS y presentación pública de sus objetivos.
- Creación de un órgano participativo, encargado de su seguimiento y revisión.

2. Acciones incluidas en el PICS cuyo inicio de desarrollo está previsto en 2017

La estructura del PICS se conforma como una matriz que comprende por un lado cinco ámbitos de actuación que comparten cinco objetivos estratégicos comunes que, a su vez, se desglosan en objetivos concretos y acciones, bien sean éstas de naturaleza transversal o de carácter específico para un determinado ámbito de actuación.



2.1 Medidas transversales (T).

T.1 Campañas de sensibilización ciudadana. Se promoverá la contratación de los servicios necesarios referidos al diseño de los contenidos a transmitir sobre consumo sostenible, creatividad e imagen de las campañas, definición de los soportes publicitarios para éstas y modos de difusión. En estas campañas se procurará abarcar los cinco ámbitos de actuación del Plan e irán acompañadas de la edición de los materiales divulgativos de apoyo necesarios.

T.2 Creación de un portal sobre consumo sostenible. Espacio web abierto a la ciudadanía, integrado dentro de la página web corporativa, y concebido para difundir contenidos técnicos sobre consumo sostenible, buenas prácticas, eventos, medidas de impulso así como de evaluación y seguimiento del Plan. Se promoverá un procedimiento abierto para el diseño y estructuración de los contenidos de este nuevo espacio.

T3. Cursos de formación para personal municipal (ver línea acción IV).

T4. Dinamización de actividades de un espacio dedicado a la promoción del consumo sostenible. El inicio de esta medida requiere la disposición previa de un espacio acondicionado cuyas obras corresponden a un distrito de la ciudad.

T5. Seguimiento de buenas prácticas normativas en consumo sostenible. Para ello se encargará un estudio que identifique buenas prácticas legislativas o de otra índole emprendidas por otras ciudades o agentes sociales.

T6. Introducir contenidos sobre consumo sostenible, comercio justo y economía social en el plan de formación para escolares.

Se incluirá en el programa anual de formación en materia de consumo (ver línea de acción IV).

T7. Fomento de reutilización en puntos limpios.

Se promoverá la realización de un estudio de viabilidad.

T9. Guía de obligaciones normativas para empresas economía social. Está prevista la elaboración de una guía dentro de los nuevos materiales divulgativos a de elaboración propia por parte del Instituto Municipal de Consumo en 2017.

2.2 Medidas específicas de alguno de los ámbitos del Plan.

Alimentación

A.4 Huertos de autoconsumo en terrazas y azoteas. Se elaborará un proyecto de instalación de huertos como iniciativas ejemplarizantes en espacios municipales significativos, aprovechando su potencialidad comunicativa. Dicho proyecto incluirá el montaje, mantenimiento y labor educativa.

A.5 Plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo para 2017. Por su extensión y diversidad de sus acciones se describe en un apartado específico posterior.

A.6 Plan de restauración municipal agroecológica. Aunque esta medida se enmarca en la competencia de otras áreas municipales, el IMC contribuirá participando en las reuniones del Pacto de Milán recientemente suscrito por el Ayuntamiento de Madrid.

Energía y residuos (E)

E.2 Estudios de eficiencia energética en los hogares. Se realizará un estudio preliminar para determinar las posibilidades de implantación de un programa en este ámbito.

E.6 Habilitar y regular espacios públicos para la venta de productos de segunda mano y reutilización de bienes. Se realizará un estudio técnico de viabilidad.

E.7 Cooperativas de consumo energético. Estudio de iniciativas sobre este tipo de cooperativas y medidas de impulso.

E.9,E12. Pobreza energética. A partir de las conclusiones estudio de pobreza energética en la ciudad de Madrid se desarrollan un conjunto de acciones informativas y de mediación con las compañías eléctricas desde la OMIC que permitan, desde un enfoque fundamentalmente preventivo paliar los efectos de este fenómeno sobre la población más vulnerable.

Finanzas y seguros éticos (F)

F1, F2 Elaboración de un estudio sobre iniciativas sobre banca y finanzas éticas

F3 Monedas sociales. Proyecto piloto de investigación.

F5 Servicio de asesoría financiera y aseguradora con criterios éticos y sociales. Se promoverá la información a través del servicio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica y de la edición de materiales divulgativos y a través del portal del consumo sostenible.

F6 Guía sobre finanzas éticas para las personas consumidoras. Se desarrollarán los contenidos para la elaboración de esta guía que se publicará en soporte electrónico y en edición impresa.

Otros bienes de consumo

O3 Sellos y certificaciones sociales. Se contratarán los trabajos destinados al establecimiento de criterios para sellos y certificaciones sociales, análisis de las existentes, metodología de implantación y proceso de auditoría.

Ocio, Turismo y Cultura

C2. Mapa ciudadano. Estudio técnico para la definición y proceso participativo.

3. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

Con la pretensión de que Madrid conserve su estatus de Ciudad por el Comercio Justo obtenida en 2011, durante 2017 se dará continuidad a la ejecución del programa de trabajo bienal que el Foro Municipal de Comercio Justo aprobó en 2016.

Se pretende así reforzar las acciones que en esta materia se desarrollan en la ciudad de Madrid, siguiendo sus tres líneas estratégicas de actuación: información y concienciación ciudadana; fomento del consumo de estos productos, y seguimiento del cumplimiento de los correspondientes criterios, mediante el plan de trabajo bienal y elaboración de un informe diagnóstico cada dos años. A este respecto cabe señalar que la ciudad de Madrid ha superado con éxito las evaluaciones en 2012 y 2014. Durante el primer cuatrimestre de 2017 se presentará la evaluación correspondiente a 2016.

Las acciones incluidas en el programa de trabajo serán desarrolladas por el Instituto Municipal de Consumo con la colaboración de las organizaciones de comercio justo, las asociaciones de consumidores y el sector empresarial, en cada una de las tres líneas anteriores. El plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo está publicado en la página web municipal www.madrid.es/comerciojusto.

En 2017 se dará continuidad a ciertos eventos que se celebran tradicionalmente con carácter anual. Especial mención merece el Día Internacional del Comercio Justo, que se celebra en la segunda semana de mayo, así como el denominado “Mes Fairtrade”. Ambos eventos se caracterizan por la puesta en marcha de una específica campaña de comunicación y el desarrollo de actividades de sensibilización y concienciación, así como de fomento de la oferta y la demanda de productos de comercio justo. Desde 2015 se celebra en octubre un evento especial, el “Open Day de Comercio Justo” cuyo objetivo es la realización de una actividad potente con la vinculación de las autoridades municipales para dar a conocer tanto el compromiso del Ayuntamiento de Madrid a favor del comercio justo como las actividades que se realizan por parte del Foro Municipal de Comercio Justo.

Se prevé, como novedad, este año 2017, celebrar en Madrid un encuentro estatal de ciudades integradas en la Campaña Internacional de Ciudades por el Comercio Justo o interesadas en ella. Su objetivo es servir de punto de encuentro y de espacio de debate sobre iniciativas para la promoción de este tipo de comercio. Se trata de compartir experiencias y buenas prácticas que sirvan de apoyo para la puesta en marcha de acciones comunes entre los municipios que participan en el Programa Internacional, así como otros que se postulan para adquirir la acreditación. Este encuentro se aprovechará también para difundir contenidos relativos al consumo sostenible y las acciones emprendidas en Madrid en el marco del PICS.

El Grupo de Trabajo de Seguimiento y Evaluación del Programa Bienal del Foro Municipal de Comercio Justo mantendrá su actividad dedicada a:

- impulsar y garantizar la realización de las acciones propuestas en el programa bianual.
- establecer un calendario de trabajo.
- coordinar las acciones para favorecer una adecuada sinergia de los recursos de las diferentes Áreas de Gobierno del Ayuntamiento y del resto de miembros del

Foro.

Durante el 2017 a nivel municipal se pretende intensificar la colaboración de todas las Áreas de Gobierno, distritos y empresas municipales para conseguir una mayor presencia del comercio justo en eventos municipales, en especial, de las Áreas de Gobierno competentes en materia de actividades culturales, medio ambiente, contratación pública, comercio, equidad, voluntariado y cooperación al desarrollo. Como acciones a destacar se prevé la realización de actuaciones relacionadas con la igualdad de género, derechos de la infancia, así como tener presencia en fechas señaladas como las fiestas navideñas o la conmemoración del Día Mundial del Medio Ambiente.

En 2017 se proseguirá la actualización y mapeado del espacio web dedicado a los establecimientos en los que se comercializan productos de comercio justo con la colaboración de los miembros del Foro Municipal de Comercio Justo, y se mantendrá, actualizados todos los contenidos en la página web corporativa.

4. Convenios y protocolos de colaboración con entidades de economía social y solidaria

El Ayuntamiento de Madrid y las entidades que trabajan en el ámbito del comercio justo (Proyde, Setem, Ideas, Copade, Oxfam Intermón, Ayuda en Acción, Taller de Solidaridad, Asociación del sello de Comercio Justo) firmaron en 2016 un convenio de colaboración con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2016, prorrogable tácitamente cada año, hasta un máximo de dos años. Dicho convenio, que se prorroga tácitamente en 2017 tiene, entre sus objetivos, promover y difundir el consumo responsable y el comercio justo, y dar a conocer sus valores entre la ciudadanía de Madrid; así como, participar en actividades relacionadas con el programa de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo del Ayuntamiento de Madrid.

5. Madera y productos forestales sostenibles

Fomento de la certificación de productos forestales

Se dará continuidad al fomento de la utilización de productos forestales con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar en virtud del Decreto de 15 de junio de 2010 del Ayuntamiento de Madrid, que incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de estos productos. En cumplimiento de esta normativa municipal, el Instituto Municipal de Consumo continuará, al igual que en años anteriores, editando en papel con certificado ecológico las publicaciones y carteles que

se realicen en 2017.

Además se promoverá un nuevo convenio para la continuidad del Ayuntamiento de Madrid como participante en la Plataforma Madera Justa.

Coalición de la madera tropical sostenible

En noviembre de 2013 se formó en ámbito europeo una coalición internacional de colaboración público privada a la que la ciudad de Madrid se sumó junto con un grupo de municipios, empresas, organizaciones no gubernamentales y otras instituciones. Esta coalición denominada Sustainable Tropical Timber Coalition ha estado dirigida por la organización holandesa IDH, The Sustainable Trade Initiative (Tropical Timber Programme), y financiada por el Ministerio de Medio Ambiente holandés. Tiene como objetivo promover la gestión sostenible de los bosques tropicales mediante el incremento de la demanda de madera tropical certificada a escala europea. Madrid se integró en esta coalición para el cumplimiento de un plan de acción 2014-2015 que comprendía 14 medidas desarrolladas por parte del IMC y de la Dirección General de Sostenibilidad. La participación en la coalición se instrumentó a través de un convenio con la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADEV), socio de la coalición

Para continuar con la participación en esta coalición se ha presentado un nuevo plan de acción que incluye un total 7 actuaciones de promoción, difusión y formación destinadas a la sensibilización del colectivo de trabajadores/as municipales, instituciones, empresas y la ciudadanía en general sobre el consumo de productos derivados de la madera tropical sostenible. Con este fin, se suscribirá un nuevo convenio con COPADE.

6. Colaboración con Marine Stewardship Council para el fomento del consumo de productos de pesca sostenible

Marine Stewardship Council (MSC) es una organización internacional sin ánimo de lucro que trabaja en la conservación de los océanos, a través de un programa de certificación de pesca salvaje y una ecoetiqueta aplicable a los productos pesqueros.

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, y MSC firmaron un convenio con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2016, con posibilidad de prórroga durante dos años más, como instrumento de colaboración de ambas entidades, en aras de propiciar entre la ciudadanía madrileña el conocimiento de los problemas asociados a la sobreexplotación de los recursos

pesqueros y las alternativas existentes para el consumo responsable de estos alimentos. Se mantiene la vigencia del convenio prorrogándolo durante el ejercicio 2017, con la previsión de realización de dos campañas de difusión en marquesinas de autobuses, una con motivo del día mundial de los océanos el 8 de junio y otra en el último trimestre del año.

LÍNEA DE ACCIÓN II. Información y divulgación sobre consumo

1. Elaboración, edición y difusión de materiales divulgativos sobre consumo

Nuevas publicaciones

Como nuevos materiales divulgativos, en el año 2017 se elaborarán dos guías previstas dentro de las acciones del Plan de Impulso del Consumo Sostenible.

La primera de ellas será una guía con información sobre obligaciones normativas en materia de consumo destinada a las pequeñas empresas y entidades de la economía social, con el fin de proporcionar información destinada al cumplimiento de las obligaciones normativas que le son de aplicación en función de la actividad económica que desarrollen.

Se elaborará también una guía sobre finanzas y seguros éticos, con la que se pretende informar a las personas consumidoras sobre los valores en que se fundamentan este tipo de finanzas. Servirá como una herramienta más de apoyo al servicio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica y se distribuirá en las oficinas de OMIC, en los programas de información, formando además parte de los contenidos divulgativos del nuevo portal de consumo responsable.

El pasado año se elaboró una guía destinada a los/las turistas que visitan nuestra ciudad, en versiones español e inglés. Durante el ejercicio 2017 se promoverá su traducción a otros idiomas. Su difusión se hará, al igual que el pasado año en coordinación con los servicios turísticos municipales.

Actualizaciones y revisiones de materiales divulgativos

Como es tradicional en los periodos de verano y de Navidad, se actualizarán las dos guías respectivas existentes que recogen las cuestiones de mayor interés y actualidad para las personas consumidoras en esas fechas.

Durante el presente año se procederá a la revisión/reedición de los siguientes materiales divulgativos:

- Planes de pensiones
- Préstamos personales
- Errores frecuentes en materia de consumo

- La factura de la electricidad
- Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica
- Guía Los mayores y el consumo
- Comercio electrónico
- Tríptico sobre cómo reclamar (este folleto se editará en varios idiomas y se tribuirá a través de los puntos de información turística. Se promoverá además su difusión en otros espacios municipales como centros de mayores y oficinas de atención a la ciudadanía).
- Comercio justo (reedición, su contenido fue revisado el pasado año).

Se procederá también a la revisión y reedición de otros folletos sobre temas seleccionados, cuando así lo demande la evolución del mercado o las propias necesidades de las personas consumidoras, aprovechando dicha revisión para la utilización de lenguaje inclusivo en los materiales divulgativos.

Con carácter general, dichos materiales serán distribuidos a través de las oficinas de OMIC y de las campañas informativas realizadas en colaboración con las asociaciones de consumidores (programas de información en mercadillos y ejes comerciales) y en eventos municipales donde se desarrollen actividades de comercio justo o de consumo sostenible.

En lo que se refiere a Códigos de Buenas Prácticas se tiene previsto para 2017 realizar las actualizaciones de los correspondientes a los sectores de:

- Detallistas de la carne
- Estaciones de servicio
- Aves, huevos y caza o talleres de reparación de automóviles

Y la edición de los relativos a los sectores de cerrajería y autoescuelas que fueron actualizados en 2016.

2. Información sobre consumo a través de la página web municipal

La web municipal constituye uno de los elementos esenciales en la difusión de la información sobre consumo, tanto a la información general o sectorial, como en cuanto a la actividad de los servicios que, en esta materia, ofrece el Ayuntamiento de Madrid a la ciudadanía. Por ello, durante el año 2017 se mantendrá el esfuerzo de incorporación de contenidos y actualización de los ya existentes, que se concentrará en las siguientes actuaciones:

- Actualización permanente de precios, tarifas, legislación, instalaciones y servicios municipales.
- Actualización continuada en cuanto a la composición de los órganos colegiados, como el Consejo Municipal de Consumo y el Foro de Comercio Justo, así como sobre el espacio dedicado a las asociaciones de consumidores.
- Información general sobre las oficinas de OMIC y la referida a la presentación de reclamaciones, así como las actualizaciones necesarias para dar soporte al sistema de cita previa corporativo a través de la web. En particular, se revisará el contenido de web para la inclusión de la distribución material de competencias de la OMIC Central y los distritos, una vez revisada la instrucción de Coordinación del funcionamiento de las Oficinas de OMIC.
- Actualización de la información sectorial comprendida dentro del espacio de la OMIC, con la revisión y actualización de todos los sectores, renovándose este año completamente el destinado a los servicios bancarios.
- Especial informativo sobre asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.
- Comunicaciones o notas informativas específicas o particulares. Con ellas se busca, a través de la web, la divulgación de los derechos que asisten a las personas consumidoras ante situaciones especiales o sobrevenidas con gran impacto sobre éstas y la opinión pública.
- Publicaciones en web: además de incorporar los nuevos materiales divulgativos desarrollados, se realizará una revisión periódica de estas publicaciones para retirar aquellas cuyos contenidos se encuentren desactualizados.
- Campañas de comunicación específicas. Se reservará dentro de los contenidos destacados del espacio de consumo web, uno destinado a la publicación de la

imagen, documentos y otros contenidos asociados a las campañas de comunicación programadas u otras actividades de interés puntual.

- **Diccionario de consumo:** este contenido está compuesto actualmente de más de 300 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2017 se prevé incorporar nuevas voces o términos y actualizar la normativa en voces o términos incluidos con anterioridad. La actualización incluirá la supresión de las fichas o voces del diccionario que, a causa de novedades legales, así lo justifiquen.
- **Información para sectores empresariales:** durante el año 2017, se procederá a la publicación de las campañas de inspección programadas para este ejercicio y sus correspondientes protocolos, así como de las evaluaciones de las campañas de inspección una vez que estas hayan concluido.
- **Códigos de Buenas Prácticas:** se actualizarán los contenidos existentes en el espacio destinado a códigos de buenas prácticas en la página web municipal. Esta acción incluirá la incorporación de los códigos actualizados, la correspondiente documentación complementaria, así como las empresas que se adhieran a los mismos.
- **Arbitraje de consumo:** se realizará la actualización de los contenidos sobre arbitraje existentes en la web municipal, especialmente en lo que respecta al listado de vocales árbitros acreditados ante la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid y al censo de empresas adheridas al Sistema Arbitral.
- **Comercio justo:** constituye un objetivo prioritario para el ejercicio 2017 seguir con la revisión y actualización de los contenidos existentes en el espacio de la web sobre comercio justo www.madrid.es/comerciojusto, al que el pasado año se dotó de una nueva estructura. Se incidirá especialmente en el listado de establecimientos que ofrecen en la capital productos de comercio justo sin perjuicio de incluir las noticias y actividades que en cada momento se consideren de interés para la ciudadanía. También se impulsarán en el blog noticias y eventos sobre comercio justo de interés general.

3. Campañas de comunicación

En 2017 se realizarán varias campañas de divulgación en materia de consumo. Para su difusión se utilizarán diversos instrumentos, dependiendo de cada caso concreto, tales como: carteles en elementos de mobiliario urbano, celebración de eventos, imagen web a difundir dentro de los contenidos de consumo o promocionales y documentación

asociada, notas de prensa e información a través de redes sociales o el blog diario.madrid y medios de comunicación.

Durante el año 2017 las campañas de comunicación se referirán a consumo sostenible, en el marco del desarrollo de las acciones incluidas en el PICS.

- Se impulsará un contrato para desarrollar campañas de sensibilización ciudadana referidas a la difusión del PICS y a los ámbitos que comprende: alimentación, energía y residuos, finanzas y seguros éticos, ocio, turismo y deporte y otros bienes de consumo. Las campañas se programarán a lo largo de todo el año para mantener una acción continuada hacia las personas consumidoras. El contrato comprenderá la creatividad y la definición de los medios de difusión y soportes más adecuados para la difusión de los mensajes sobre consumo sostenible de bienes y servicios
- Día Mundial del Consumidor: 15 de marzo. Se programará una campaña informativa en colaboración con las asociaciones de consumidores.
- Día Internacional del Comercio Justo (mayo). Se tiene previsto difundir el evento, que organice el Instituto Municipal de Consumo en colaboración con las organizaciones de comercio justo, así como las actividades desarrolladas con motivo de su celebración (talleres, exposición y venta de productos, teatro, etc.) a través de notas de prensa, campañas de difusión en mobiliario urbano (marquesinas), página web municipal, blog de noticias, etc.
- Mes del Comercio Justo (Octubre) – Con motivo de la celebración del Mes Fairtrade se van a programar eventos destinados a acercar el comercio justo a la ciudadanía en general y a difundir el consumo de estos productos como forma de contribuir a garantizar los derechos humanos, la sostenibilidad y erradicar la pobreza en los países del Sur. En especial, el “Encuentro de Ciudades por el Comercio Justo” convertirá Madrid en la ciudad de intercambio de buenas prácticas entre los distintos municipios españoles participantes, lo cual será objeto de difusión, a través de ruedas de prensa y otros medios de comunicación (campaña de comunicación en marquesinas, notas de prensa, difusión en web, etc.).
- Campaña de Navidad. La campaña, cuyos materiales se incluirán dentro de la página web de consumo consistirá en la actualización de un folleto con recomendaciones dirigidas a las personas consumidoras de nuestra ciudad para que, también en las fechas navideñas como épocas de gran consumo, se

pongan en práctica hábitos de consumo responsable, justo y solidario. Por otro lado, desde finales del mes de noviembre y hasta principios del mes de enero se llevará a cabo un control de alrededor de 400 establecimientos comerciales y puestos de venta ambulante autorizados, y se inspeccionará en torno a los 1.500 productos dando preferencia a los juguetes, artículos y productos típicamente navideños que no sean de carácter alimentario, artículos de regalo, pequeños electrodomésticos y plantas ornamentales; se comprobará que cumplen las normas de seguridad, calidad y de garantía y que no se lesionan los intereses económicos de las personas consumidoras.

Además de estas campañas programadas se difundirán a través de la web diversas notas de prensa y contenidos en el blog madrid.diario relativos a las actividades desarrolladas por el Instituto Municipal de Consumo en defensa de los derechos de las personas consumidoras, y la colaboración con asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales u otros organismos o entidades.

4. Actividades de información en colaboración con las asociaciones de consumidores

Para acercar información sobre consumo a la ciudadanía y, dando continuidad a los programas desarrollados en años anteriores, se instalarán puntos informativos en espacio público en los que se distribuirá material divulgativo y se dará respuesta a las consultas que deseen plantear las personas consumidoras. Esta labor se desarrollará en colaboración con las asociaciones que forman parte del Consejo Municipal de Consumo. Esta colaboración se instrumentará a través de la prórroga de los convenios suscritos el año anterior. Dichos convenios comprenden la realización de los siguientes programas:

- Programa de información en mercadillos: a través de él se trata de acercar a los diferentes distritos de Madrid información sobre sus derechos y obligaciones a los lugares donde realizan sus compras. Para ello se instalarán puntos informativos en mercadillos en fechas predefinidas, que serán atendidos por personal técnico de las asociaciones de consumidores. Los mercadillos en los que se realizará este programa se determinarán en coordinación con el Servicio del Ayuntamiento de Madrid competente en materia de venta ambulante.
- Programa de información en ejes comerciales: este programa se desarrollará el Día Mundial del Consumidor y otras fechas de especial relevancia para el consumo. Como el año anterior, algunos de estos puntos se instalarán en mercados municipales de distintos barrios de Madrid. En ellos se distribuirá

diverso material divulgativo y se atenderá a las consultas formuladas por las personas consumidoras.

Para el desarrollo de ambos programas, cada asociación colaborará con 60 horas de información, lo que supone un total de 480 horas.

5. Programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Colaboración con el Servicio de Asesoramiento a la Emergencia Residencial

Durante el año 2017 se dará continuidad a este programa que se inició en octubre de 2014 y que se ha revelado de utilidad para la ciudadanía, especialmente en lo que se refiere a la resolución de consultas en materia económica. Esta actuación se realiza a través del servicio de cita previa corporativo, al que puede accederse también desde el especial informativo existente dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa, www.madrid.es/consumo.

Este espacio incluye diversos materiales divulgativos desarrollados por la OMIC Central y por las 8 asociaciones de consumidores participantes en el programa. También incluye una herramienta práctica de cálculo del presupuesto personal y familiar, que se complementará en este ejercicio con otras herramientas de cálculo de amortizaciones de préstamos personales o hipotecarios y enlaces a otras páginas con información sobre la gestión de las finanzas personales.

Para la ejecución práctica de este programa se contará con la colaboración de las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, procediéndose para ello a prorrogar los convenios firmados en 2016 sobre esta materia. Se cuantificará dicha colaboración en un total de 800 horas anuales de atención a las personas consumidoras, 100 por cada asociación.

Durante este año, se mantiene la colaboración con el denominado “Servicio de Asesoramiento a la Emergencia Residencial” (anteriormente Oficina de Intermediación Hipotecaria), dependiente del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, con el objetivo de atender las consultas relativas a los problemas para el pago de la vivienda.

.....

LÍNEA DE ACCIÓN III. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO

1. Programa de actuaciones de la Oficina Municipal de Información al Consumidor

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Madrid presta, a través de sus 22 oficinas, un servicio destinado a la protección de los derechos de las personas consumidoras, facilitándoles información a través de la atención presencial directa y ejerciendo labores de mediación con las empresas proveedoras de bienes y servicios sobre las controversias que plantean las personas consumidoras buscando una solución amistosa de los conflictos planteados en sus relaciones de consumo.

Para el cumplimiento de este objetivo se continuará desarrollando en la OMIC Central, al igual que en ejercicio anteriores, el programa de orientación jurídica gratuita, mediante el cual abogados/as especializados/das en materia de consumo, designados por las 8 asociaciones que forman parte del Consejo Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita a las personas consumidoras, respondiendo técnicamente a sus consultas en materia de consumo. Se prevé una colaboración por parte de cada asociación de 210 horas para el desarrollo de este programa.

Durante el próximo ejercicio se pretende dar continuidad a esta línea de acción, dada la función social que cumple y la positiva valoración ciudadana del servicio, impulsando también nuevas acciones, como las siguientes:

- **Impulso de la mediación desde la OMIC para el acceso a suministros y servicios básicos**

Mediante esta acción se pretende reforzar el papel de mediación que tradicionalmente viene desarrollándose a través de la OMIC con las grandes empresas de suministros, para dar una respuesta ágil a situaciones de vulnerabilidad, exclusión o marginalidad generadas por la crisis, y contribuir así a lograr el objetivo de que todo hogar pueda responder y cubrir todas aquellas necesidades básicas en los suministros de energía (electricidad y gas), agua y telefonía en el caso de aquellas viviendas con teleasistencia.

Además, como modo preventivo de combatir la pobreza energética, se iniciará el desarrollo de un programa de actuaciones que incluya un conjunto de fichas divulgativas y acciones destinadas a capacitar a las personas consumidoras para

ahorrar en sus facturas de suministros energéticos y promover un consumo sostenible de estos servicios y gestionar mejor la economía familiar. Se impulsará la mediación con las compañías para evitar o retrasar el corte de suministros básicos mientras esté en curso una reclamación.

- **Observatorio de las reclamaciones de consumo**

La Oficina Municipal de Información al Consumidor continuará en 2017 con esta nueva actividad que se inició el pasado año con informes referidos al sector eléctrico, uno de los que son objeto de mayor controversia. El observatorio es un nuevo instrumento que se pone en marcha para el análisis de las reclamaciones recibidas con objeto de determinar los sectores que son objeto de mayor número de reclamaciones y los motivos principales que dan origen a las mismas.

Se elaborarán informes semestrales que servirán también de base para la propuesta de temas a estudiar por la Oficina de Investigación de Consumo. Los temas propuestos para los dos informes en este ejercicio son el estudio de la problemática de las reclamaciones sobre gas canalizado, con lo que se completaría el sector energético, para emprender en el segundo semestre un estudio sobre los principales motivos de reclamación en el ámbito del comercio electrónico.

- **Encuestas de satisfacción de las personas usuarias de la OMIC**

La OMIC programará de manera continuada a lo largo de todo el año la realización de encuestas referidas a la satisfacción de las personas usuarias de sus servicios, evaluando trimestralmente la evolución de los cinco indicadores de satisfacción ciudadana recogidos en su carta de servicios y elaborará, con periodicidad trimestral informes en los que se recogerán los valores obtenidos y el análisis de su evolución y la propuesta de medidas para la mejora continua.

2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid es el órgano administrativo de gestión del arbitraje institucional de consumo que presta servicios de carácter técnico, administrativo y de secretaría, tanto a las partes como a los vocales árbitros. Entre sus objetivos prioritarios se encuentran: la tramitación de las solicitudes de arbitraje que presentan las personas consumidoras de forma ágil, tratando de reducir el tiempo transcurrido entre la presentación de las mismas y la emisión del laudo arbitral, y el fomento del arbitraje de consumo como sistema extrajudicial de resolución de los

conflictos de consumo.

Con esas finalidades se van a desarrollar diferentes actuaciones, entre las que destacan:

- **Promover las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con vocales árbitros de las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.**

En el marco del trabajo desarrollado por la Junta Arbitral de Consumo, sin perjuicio de la necesidad del cumplimiento de la normativa de aplicación en esta materia y de su adecuación a la misma, se continuarán promoviendo las comunicaciones realizadas por vía electrónica, tratando de generalizarlas, tanto para el caso de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, como de las que no lo están, y que acepten el arbitraje. De igual forma, las comunicaciones por correo electrónico se harán extensivas a los vocales árbitros integrantes de colegios arbitrales, propuestos por las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

- **Fomentar las adhesiones al Sistema Arbitral de Consumo por parte de las empresas**

Con el objetivo de informar al empresariado y promover su adhesión al Sistema Arbitral de Consumo y a los Códigos de Buenas Prácticas se realizará en 2017 una campaña de comunicación directa que se desarrollará sobre 350 establecimientos de la capital.

- **Arbitraje Turístico**

En virtud del nuevo convenio de colaboración en materia de consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid suscrito para 2017, ambas Administraciones se seguirán prestando apoyo y la cooperación mutua respecto a las actuaciones de divulgación, traslado de solicitudes de arbitraje turístico y fomento de la adhesión de empresas turísticas al Sistema Arbitral de Consumo.

Se continuará potenciando la implantación del Protocolo de actuaciones en materia de arbitraje turístico establecido entre ambas administraciones en el marco de este convenio, para agilizar la resolución de controversias de consumo relativas a actividades del sector turístico y facilitar la evaluación de los resultados obtenidos, a lo largo del año 2017.

3. Desarrollo e implantación de una nueva herramienta informática de tramitación de expedientes en la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo

Durante el año 2016, por parte de IAM se ha iniciado el trabajo de adaptación a las necesidades de gestión de la OMIC de la plataforma SIGSA, aprovechando el modelo de datos, el flujo de trabajo y los modelos de notificación que fueron desarrollados por personal técnico y administrativo de los servicios de consumo municipales en colaboración con IAM durante el proceso de renovación de la aplicación informática de gestión que se intentó realizar a través de la aplicación PLATEA, plataforma que finalmente y por cuestiones técnicas, se reveló inadecuada por su falta de adaptación a las necesidades de tramitación de los expedientes que gestionan la OMIC y la Junta Arbitral de Consumo Municipal.

Con este nuevo desarrollo en curso se intenta avanzar en la transición hacia el expediente electrónico para agilizar las comunicaciones y derivaciones de expedientes entre las distintas oficinas de OMIC y otros órganos competentes para la tramitación de reclamaciones y denuncias. Además, el modelo de datos propuesto estructura la información contenida en los distintos campos de datos e introduce otros nuevos, con objeto de mejorar el potencial de consulta, posibilitar una mejor explotación estadística y el cálculo automatizado de distintos indicadores, en particular, los recogidos en la carta de servicios de la OMIC referidos a la gestión de expedientes.

En función de la disponibilidad de los servicios técnicos de IAM esta aplicación habrá de extenderse a la gestión de expedientes en la Junta Arbitral de Consumo, de modo que la implantación del módulo de OMIC no tenga un desfase superior a los dos meses respecto al de Junta Arbitral, requisito éste que ha sido una constante mantenida desde el planteamiento inicial de renovación de las aplicaciones de gestión.

.....

LINEA DE ACCIÓN IV. FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

1. Programa anual de formación en consumo dirigido a personas consumidoras y a comerciantes

Se promoverá, como es habitual, un programa anual de formación en materia de consumo que, en el año 2017, se verá reforzado en cuanto al número total de acciones formativas a desarrollar, que superarán las 1.500 en total, pretendiendo que en ellas participen 17.000 personas, como mínimo.

Al igual que en ediciones anteriores, se dirigirá tanto a las personas consumidoras como a los comerciantes, las dos partes que integran toda relación de consumo. Se mantiene el formato de las acciones destinadas a las personas consumidoras, dados los buenos resultados obtenidos en la evaluaciones recogidas en ejercicios anteriores, y se orientaran dichas acciones principalmente hacia los colectivos que, por su vulnerabilidad, deben ser objeto de especial protección como son los escolares, las personas mayores, inmigrantes o que sufren discapacidad.

Se pretenden desarrollar talleres escolares sobre consumo en más de 100 centros escolares de nuestra ciudad distribuidos sobre todos los niveles del ciclo educativo, desde la educación infantil hasta el bachillerato.

Se programarán también gymkhanas de consumo y supermercados, sesiones formativas para adultos y se instalarán, al igual que en años anteriores, puntos de información y resolución de consultas en centros de mayores municipales repartidos por todos los distritos de Madrid, en colaboración con la Dirección General competente en materia de personas mayores.

La acción formativa destinada a los comerciantes se desarrollará mediante visitas personalizadas a los establecimientos comerciales de determinadas zonas de la ciudad, en las que se informará sobre la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones y se promoverá la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo y a los códigos de buenas prácticas sectoriales. En 2017 se pretenden visitar un total de 700 comercios; para la determinación de las zonas de la ciudad en las que realizar esta campaña se consultará, al igual que se ha hecho en ejercicios anteriores, con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento.

En cuanto a las actividades dirigidas al colectivo escolar, se mantendrá la diversidad de temáticas de los talleres, siempre adaptados a la edad de los participantes, y se ampliará con temáticas nuevas, de modo que se haga una extensa y variada oferta formativa a los centros, de la cual puedan seleccionar las temáticas en las que tengan un mayor interés.

Así, entre las temáticas de los talleres escolares se abordarán los temas habituales, tales como los relativos a la seguridad de los productos, saber comprar, los derechos de las personas consumidoras y como pueden reclamar en caso de que sean vulnerados, la publicidad, el etiquetado de los productos, la compra a través de Internet, los suministros básicos, jugar con la tecnología, así como sobre educación financiera básica y gestión de la economía doméstica.

Al igual que en años anteriores se desarrollarán talleres sobre consumo sostenible, en los que se integrarán los contenidos necesarios para contribuir dentro de la esfera de la formación a los objetivos de otros programas de actuación que viene desarrollando el Instituto Municipal de Consumo, como el programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, la coalición de la madera tropical y las temáticas recogidas en el Plan de Impulso del Consumo Sostenible, como el uso sostenible de la energía, la minimización y reciclado de residuos o la trazabilidad de lo que consumimos.

2. Formación en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid a través del Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid

La formación especializada dirigida específicamente a trabajadores/as municipales de los servicios de consumo es uno de los ámbitos de actuación que requiere una acción continuada, dadas las modificaciones legislativas que se producen constantemente tanto en la normativa general como sectorial y que, directa o indirectamente, tienen incidencia sobre el consumo, junto con los cambios que vienen surgiendo de la propia evolución del mercado y la oferta de nuevos productos y servicios. El programa formativo se diseña anualmente desde el Instituto Municipal de Consumo y los distritos, en coordinación con el Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid.

Para el año 2017, las propuestas formativas realizadas priorizan los sectores y prácticas comerciales que son objeto de mayor número de reclamaciones por parte de la ciudadanía, en concreto los siguientes cursos:

Una edición:

- Las consecuencias de la Ley 3/2014 de 27 de marzo, que modifica el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios

Dos ediciones:

- Agencias de viajes, viajes combinados y transportes, sobre todo transporte aéreo.

Nuevos cursos:

- Publicidad engañosa. Prácticas comerciales desleales.
- Consumo sostenible y comercio justo.
- Tus derechos para un consumo responsable de productos y servicios. ¿Sabes cuáles son y cómo defenderlos?
- El derecho de admisión desde la seguridad ciudadana y la defensa de las personas consumidoras.
- Ejecución - Anulación del Laudo Arbitral de Consumo

Además se promoverá la asistencia u participación de los trabajadores/as municipales adscritos a los servicios de consumo a cursos y jornadas especializadas promovidas por otros organismos, como la Comunidad de Madrid, las asociaciones de consumidores u otras instituciones o entidades.

.....

LINEA DE ACCIÓN V. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL SECTOR EMPRESARIAL

La colaboración con las asociaciones empresariales está orientada a conseguir un clima de confianza entre el empresariado, en el que la información y asesoramiento municipal supongan un estímulo y una ventaja competitiva para el desarrollo de su actividad, al mismo tiempo que se potencie un comercio de calidad respetuoso con los derechos de las personas consumidoras.

1. Acciones informativas dirigidas al sector empresarial

Durante el año 2017 se mantendrán los contactos y reuniones con las asociaciones representativas de los distintos sectores, destinadas a comunicar los objetivos de las campañas de inspección programadas y facilitar por parte del Instituto Municipal de Consumo información actualizada sobre la legislación aplicable en cada caso. La información sobre las distintas campañas, sus protocolos de inspección, y posteriormente sus evaluaciones respectivas, se publicarán también dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa, en un especial informativo en la página web orientado al empresariado, en el que podrán encontrar:

- Informes sobre novedades legislativas de consumo y otros asuntos de interés para las PYMES.
- Planes de inspección en materia de consumo del Ayuntamiento de Madrid.
- Protocolos utilizados por los servicios municipales en las campañas de inspección.
- Guías o códigos recopilatorios de carácter sectorial, como los Códigos de Buenas Prácticas en Consumo.
- Listas de chequeo por sectores para realización de auto-contrroles y auditorias.

2. Elaboración, actualización e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas

Revisión y actualización de códigos ya editados

Se continuará con la labor revisión y actualización de los códigos ya editados (un total de 19) para su adecuación al marco legislativo vigente, tanto a nivel general como sectorial.

En 2017 se prevé la actualización de tres Códigos de Buenas Prácticas, concretamente, los relativos a los sectores de detallistas de la carne, estaciones de

servicio y aves, huevos y caza o talleres de reparación de automóviles.

3. Actualización del censo de empresas adheridas a Códigos de Buenas Prácticas

Está previsto continuar con el desarrollo de la acción de revisión documental sobre los establecimientos que figuran en el censo de empresas adheridas a los códigos, al objeto de conseguir su actualización. Para ello se tomarán como referencia los sectores correspondientes a los códigos recientemente actualizados.

4. Acciones de comunicación y difusión de los Códigos de Buenas Prácticas

Con la pretensión de difundir los Códigos de Buenas Prácticas editados y promover la adhesión a los mismos por parte de las empresas, se van a desarrollar las siguientes actuaciones de comunicación:

- Campaña de comunicación directa al empresariado, para facilitarles información sobre las ventajas de los establecimientos adheridos a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, y promover así su adhesión. Se tiene prevista su ejecución en el primer semestre de 2017.

Esta campaña se dirigirá a 350 establecimientos, mediante la planificación de itinerarios por distritos, centros comerciales abiertos o sectores objeto de Código de Buenas Prácticas, sin perjuicio de que también se desarrollen reuniones de trabajo en las sedes de las asociaciones empresariales.

- Campaña informativa, que se desarrollará a lo largo de todo el año, a través de un mailing dirigido a más de 5.000 empresas pertenecientes a los diferentes sectores que cuentan con un Código de Buenas Prácticas aprobado.

5. Oficina de Investigación de Consumo

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo tiene como objetivo principal reforzar la protección de los derechos de las personas consumidoras.

Para ello, además de la investigación de las denuncias formuladas por éstas, se encarga de realizar estudios específicos que profundizan en el análisis de sectores y materias para los que se estima necesario ejercer dicha acción de refuerzo.

En concreto, se elaborarán diversos informes y entre ellos los relativos a tarjetas prepago y a empresas de reventa e intermediación en la venta de entradas. Además, se añadirán aquellos otros estudios en la detección de fraudes o problemas emergentes que surjan en el transcurso del año, con la finalidad de informar y prevenir a la ciudadanía sobre posibles vulneraciones de sus derechos como personas consumidoras.

6. Actividades de inspección.

La inspección de consumo tiene como objetivo básico ejercer el control del mercado en aras de proteger la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras. La actividad inspectora que realizan los servicios de consumo del Ayuntamiento de Madrid se integra dentro de la programación anual de la inspección de consumo que se lleva a cabo conjuntamente y de manera coordinada por el Instituto Municipal de Consumo y los distritos.

Al igual que en ejercicios anteriores, las actuaciones previstas en materia de inspección se clasifican en:

- Actividades programadas de inspección.
- Actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones.
- Actuaciones en seguridad de los productos: red de alerta y toma de muestras.

Actividades Programadas de Inspección

Están basadas en un plan propio de inspecciones elaborado por el Servicio de Inspección del Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los 21 distritos de la ciudad de Madrid.

Para el año 2017 está previsto realizar 15 campañas de inspección. La selección de sectores a inspeccionar se ha realizado atendiendo a tres criterios: programas de continuidad, campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos específicos y campañas en sectores novedosos.

Programas de Continuidad.

Se incluyen en este grupo determinadas campañas que se ejecutan todos los años y son esenciales a la actividad inspectora. Así se tienen en cuenta: la seguridad de productos, la consecución de objetivos cuantitativos, el mayor índice de

incumplimientos, el aumento constante de la actividad comercial. En este grupo se incluyen las primeras siete campañas previstas para 2017:

1. Programa de toma de muestras.
2. Programa de inspección y control de seguridad de los productos.
3. Programa de inspección y control general de establecimientos.
4. Programa de inspección y control de venta ambulante autorizada.
5. Programa de inspección y control de ventas en promoción.
6. Programa de inspección y control de comercio electrónico.
7. Programa de inspección de Navidad.

Campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos.

En este grupo se encuentran incluidas determinadas campañas que han presentado en ejercicios anteriores una evaluación no satisfactoria. En 2017, y teniendo en cuenta este criterio, se prevén realizar las siguientes campañas:

8. Campaña de inspección y control de material escolar.
9. Campaña de inspección y control de aparcamientos.
10. Campaña de inspección y control de tiendas de arreglos de ropa.
11. Campaña de inspección y control de joyerías.
12. Campaña de inspección y control de publicidad engañosa.
13. Campaña de inspección y control de venta de productos de puericultura en bazares.
14. Campaña de inspección y control de empresas de reformas.

Campañas en sectores económicos novedosos.

El último criterio se centra en la ejecución de campañas de inspección que no se han realizado anteriormente de forma específica, o bien las que son debidas a la aparición de modificaciones relevantes de la normativa específica reguladora de una determinada actividad económica. Estos criterios requieren un control inicial para conocer la situación del sector y evaluar la adopción de medidas preventivas para mejorar la garantía de los derechos de las personas consumidoras.

En este grupo se incluye:

15. Campaña de inspección y control de ópticas.

A la conclusión de las campañas de inspección se elaborarán los correspondientes informes de evaluación de cada una de ellas, que se publicarán dentro de los contenidos de consumo de la página web municipal. La información comprenderá datos comparativos con otros años, si éstos existieran, con el fin de comprobar el grado de cumplimiento por parte del sector económico objeto de inspección.

Al margen de estas 15 campañas programadas, y en virtud del convenio de colaboración vigente entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid para garantizar el mayor nivel de eficacia en la protección de los derechos de las personas consumidoras, el Instituto Municipal de Consumo colaborará en 2017 al igual que se ha hecho en años anteriores, en campañas incluidas dentro del programa nacional y regional de control de mercado que promueve la Comunidad de Madrid.

Actuaciones por denuncias o reclamaciones

Los servicios de consumo son los encargados de verificar los hechos que han sido denunciados o reclamados por las personas consumidoras. Para ello, se atenderá a nuevos procesos de coordinación con el objetivo de mejorar la información y la atención especializada. Se elaborará un informe trimestral con las denuncias recibidas y una síntesis de las actuaciones realizadas en cada caso, en coordinación con el Servicio de Información al Consumidor.

Actuaciones en seguridad en los productos: red de alerta y toma de muestras

El Instituto Municipal de Consumo tiene el deber de vigilar que los productos que se pongan en el mercado sean seguros para las personas consumidoras. Para ello, adoptará las medidas provisionales que considere necesarias procediendo, en su caso, a la retirada o recuperación de todos los productos considerados inseguros.

Por este motivo, se incluye en el programa de inspección la campaña de seguridad, que se realiza en colaboración con la Unidad de Medio Ambiente del Cuerpo de Policía Municipal. En aras de conseguir una actuación eficiente por parte de ambos servicios, se mantendrán periódicamente las necesarias reuniones de coordinación para la ejecución de determinadas campañas o la retirada del mercado de determinados productos.

Se realizarán, además, toma de muestras de diferentes productos con objeto de comprobar el cumplimiento de los requisitos de seguridad.

Se elaborará un protocolo específico de inspección de Red de Alerta.

Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

En las actas de inspección que levantan los inspectores queda constancia de las irregularidades que se han detectado durante el control efectuado, lo que sirve de base para proceder a iniciar un procedimiento sancionador.

Los expedientes sancionadores se tramitan por el Instituto Municipal de Consumo o por los Distritos en el caso de infracciones leves. En el caso de infracciones graves, corresponde exclusivamente al Instituto su tramitación.

Es también competencia del Instituto Municipal de Consumo el ejercicio de la potestad sancionadora en el ámbito de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, concretamente en materia de suspensión o alteración de espectáculos, venta y reventa callejera de localidades, publicidad engañosa, libro de reclamaciones, negativa a permitir el acceso de los agentes de la autoridad en el ejercicio de sus funciones, comisión de dos o más faltas graves en un año y ejercicio del derecho de admisión de forma arbitraria o abusiva. En estos supuestos corresponde al Instituto Municipal de Consumo la tramitación de los expedientes sancionadores por infracciones leves, graves y muy graves.

Como consecuencia de la actuación sancionadora o de los estudios realizados por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo se infieren, en algunas ocasiones, problemas y comportamientos generalizados que pueden afectar a los derechos de las personas consumidoras. Por ello, el Instituto Municipal de Consumo lleva a cabo, cuando así se requiere, actuaciones preventivas mediante reuniones de trabajo con las empresas o asociaciones de los distintos sectores implicados. En las mismas, se les informa sobre las irregularidades cometidas y el modo de subsanarlas con el objetivo de que, de modo voluntario, sean corregidas.

Además, el Instituto tiene previsto colaborar con distintas organizaciones empresariales representantes de los diversos sectores económicos, promoviendo la información y el conocimiento básico del consumo. El objeto es que la prestación de un servicio de estas características sea seguro y de calidad, poniendo a disposición de las organizaciones empresariales y entidades asociadas asesoramiento específico sobre cuestiones de contratación y supervisión de cláusulas abusivas, elaboración de protocolos de autocontrol sectoriales en materia de consumo, bien sea a través del desarrollo de sesiones formativas en materia de consumo, o bien a través del especial informativo de la página web corporativa destinado específicamente a la

información sobre consumo para el empresariado.

LÍNEA DE ACCIÓN VI. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA GESTIÓN

La transparencia en la gestión es una de las políticas que deben impregnar la actividad de la Administración pública. De este modo la ciudadanía puede conocer cuestiones relativas a la toma de decisiones que les afectan, al manejo de los fondos públicos o la actuación de las instituciones en diversos ámbitos, y los poderes públicos se someten al control de la ciudadanía para dar respuesta a una sociedad crítica, avanzada y que demanda participación.

1. Publicidad activa

En cumplimiento de la Ley 19/2013, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y de la entrada en vigor de la Ordenanza municipal de Transparencia, el Instituto Municipal de Consumo publicará a través de la página web corporativa, al menos los siguientes contenidos:

- Plan anual de acción en materia de consumo 2017.
- Memoria anual de actividad 2016.
- Las campañas de inspección programadas en 2017 y sus protocolos, así como los informes de evaluación correspondientes.
- Programa de Trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo 2016-2017.
- Las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas.
- Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada.
- La composición de los siguientes órganos colegiados: Consejo Municipal de Consumo, Foro Municipal de Comercio Justo y Comisión Informativa de Régimen Sancionador de Consumo y Cláusulas abusivas.
- Los criterios interpretativos y las respuestas a consultas emitidas por éste último órgano colegiado.
- Las respuestas a las consultas efectuadas por los Distritos al Instituto Municipal de Consumo.
- La Carta de Servicios de la OMIC y los resultados de sus evaluaciones anuales.
- La información relativa al sistema de calidad del Servicio de Inspección certificado conforme a la norma ISO 9001.

- Resultados de la encuestas de satisfacción de las personas usuarias de la OMIC y del Servicio de Inspección de Consumo.
- Todos los materiales divulgativos, efectuándose una revisión trimestral de su actualización.

2. Carta de servicios de la OMIC certificada conforme a la norma UNE 93200

La Carta de Servicios de la OMIC, que en el año 2015 tras la realización del correspondiente proceso de auditoría, fue certificada por AENOR, conforme a la Norma UNE 93200, será objeto en 2017 de su octava evaluación. La evaluación se refiere al cumplimiento de los compromisos en el año inmediatamente anterior, a través de la medición del conjunto de indicadores.

Conforme a los criterios establecidos por la Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía, en particular, la necesidad de establecer metas cuantitativas a todos los indicadores, y de hacer invocables todos los compromisos, ha sido necesaria su completa revisión y reformulación. Así, la última versión de la Carta de Servicios de la OMIC, que se desarrolló en 2016, cuenta con 7 compromisos que se miden con un conjunto de 18 indicadores.

La certificación de la Carta de Servicios de la OMIC por la entidad certificadora AENOR, conllevará la puesta en marcha en 2017 de las recomendaciones dadas de cara a la mejora del servicio reflejado en los compromisos que la OMIC adquiere con la ciudadanía, a través de su carta de servicios. Por ello, en la octava evaluación de la carta prevista para este ejercicio se estudiará la inclusión de algún nuevo compromiso para una mejor definición de la opinión y valoración ciudadana del servicio que se presta a las personas consumidoras.

Los datos obtenidos en esta octava evaluación correspondiente a 2016 tendrán difusión general, a través del espacio denominado “Observatorio de la Ciudad” de la página web corporativa. Asimismo, se generará un informe de resultados de la encuesta de valoración del servicio realizada, que será remitido al Banco de Estudios y publicado en el espacio correspondiente.

En lo que respecta a la colaboración en materia de Cartas de Servicios con otros organismos municipales, se mantendrá la participación en el grupo de trabajo de la Carta de Servicios de Cita Previa.

3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo

El Servicio de Inspección de Consumo cuenta con un sistema de gestión de la calidad con arreglo a la norma UNE-EN ISO 9001:2008, certificado por CDQ Instituto de Certificación en el año 2015 y renovado en 2016. Supone un compromiso de garantía de calidad en el servicio de control oficial de bienes y servicios no alimentarios mediante la inspección de establecimientos comerciales y actividades profesionales, la realización de actuaciones de investigación y la tramitación de expedientes sancionadores.

En el año 2017 está previsto realizar la auditoría de seguimiento de la certificación del sistema de calidad y, por este motivo, se realizará la auditoría externa correspondiente al sistema de calidad implantado.

Así mismo se realizará un estudio para determinar las medidas necesarias para obtener la certificación conforme a la versión más actual de la norma, esto es, ISO 9001:2015.

LÍNEA DE ACCIÓN VII. COORDINACIÓN, COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

1. Colaboración en materia de consumo con los distritos

La competencia de coordinación de la actuación municipal en materia de consumo asumida por el Instituto Municipal de Consumo desde 2012, ha hecho necesario poner en práctica una serie de acciones de colaboración y coordinación con los servicios de consumo de los distritos de la ciudad de Madrid.

Con este objetivo general, las actuaciones que está previsto realizar en 2017 son las siguientes:

- Actualización de contenidos en el canal institucional AYRE: se mantendrán actualizados en el canal institucional de uso municipal "AYRE" todos los documentos, informes, comunicaciones, instrucciones, procedimientos normalizados, campañas y evaluaciones que se elaboren por el Instituto Municipal de Consumo. Se promoverá así mismo la incorporación de nuevos documentos de interés a demanda de los distritos.
- Resolución de consultas técnicas formuladas por los servicios de consumo de los distritos.
- Publicación de comunicaciones y noticias de interés a través del Canal AYRE, que se complementará con la remisión a los distritos de criterios de actuación ante situaciones de especial relevancia y gravedad, que originen un gran número de reclamaciones o denuncias en todo el municipio de Madrid.
- Remisión a los distritos del resultado de los procedimientos sancionadores finalizados y sentencias firmes, cuando sean incoados a establecimientos con posible incidencia en todo el municipio de Madrid.
- Envío a dichos servicios de consumo de las actualizaciones legislativas realizadas por el Servicio de Información al Consumidor y el Boletín Informativo de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, así como cualquier otra información de relevancia para las actuaciones desarrolladas en la materia.
- Reuniones de trabajo en materia de inspección, arbitraje e información a las personas consumidoras con objeto de presentar las novedades en actuaciones municipales, hacer un seguimiento de las incidencias acaecidas con ocasión de las informaciones y reclamaciones de las personas

consumidoras y de las campañas de inspección, sus protocolos y evaluaciones.

- Creación de grupos informales de trabajo integrados por personal técnico del IMC y de los servicios de consumo de los distritos, cuando así se requiera para la aplicación de criterios homogéneos y la coordinación de actuaciones en materia de inspección, información a las personas reclamantes y la gestión de denuncias y reclamaciones.
- Elaboración, actualización y seguimiento del cumplimiento de instrucciones y otros procedimientos en materia de consumo no alimentario.
- Revisión y actualización de los procedimientos y los protocolos de inspección vigentes de las campañas que se desarrollan anualmente por los distritos, para adaptarlos a los cambios competenciales o legislativos.

2. Revisión de la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC

La instrucción vigente, que fue aprobada el 5 de febrero de 2013, precisa de algunas modificaciones, entre otras, su adaptación a las estipulaciones del nuevo convenio suscrito con la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2017, al sistema de cita previa y a las nuevas leyes que regulan el procedimiento administrativo y el régimen jurídico del sector público que entraron en vigor en octubre de 2016.

Estas circunstancias obligan a la revisión completa del texto de la instrucción cuyo borrador se ha comenzado a preparar en el ejercicio 2016. Durante el primer trimestre de 2017 se formará un grupo de trabajo ad hoc, formado por personal técnico del IMC y de los distritos que tendrá por objeto redactar un texto revisado de la instrucción que se circulará posteriormente al conjunto de los servicios de consumo de los distritos para las observaciones que se estimen convenientes.

3. Comisión informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario

Por Decreto de la Alcaldesa de 17 de mayo de 2013 se llevó a cabo la creación de la Comisión Informativa de Régimen Sancionador de Consumo como órgano encargado de prestar asesoramiento y emitir informe en aquellas cuestiones relativas al régimen sancionador de consumo no alimentario planteadas por los distintos órganos o entidades del Ayuntamiento de Madrid competentes en la materia.

Dicha Comisión ha sido sustituida recientemente por la Comisión de Régimen Sancionador de Consumo y de Identificación de Cláusulas Abusivas en los Contratos

aprobada por Decreto de la Alcaldesa de 9 de septiembre de 2016. La sustitución se ha debido a dos motivos, el primero, por la necesidad de adaptación al Decreto de 19 de abril de 2016 de la Alcaldesa, por el que se aprueban los modelos de Decreto para la creación de órganos colegiados; y el segundo, por que la experiencia acumulada en la actividad que ha venido realizando este órgano aconseja que sea complementado ampliando sus objetivos, incluyendo el estudio de las condiciones generales utilizadas por las empresas en su contratación con las personas consumidoras, con la finalidad de identificar las cláusulas abusivas que puedan incluir y reaccionar jurídicamente frente a éstas.

Se prevé que para el año 2017 dicha Comisión ya esté en funcionamiento una vez ya nombrados los miembros que la componen al inicio del ejercicio.

4. Convenio de colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid

Desde el año 2013 existe un convenio entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, que ha sido objeto ya de las correspondientes prórrogas anuales en ejercicios anteriores. Este convenio de colaboración abarca la gestión coordinada de la información y formación a las personas consumidoras, la tramitación de las reclamaciones, la unidad de criterios en la inspección de establecimientos y actividades, la colaboración y cooperación en arbitraje y códigos de buenas prácticas y la interpretación conjunta de los criterios de inicio de expedientes sancionadores.

Se ha revisado conjuntamente con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid todo el clausulado del convenio y se ha procedido a adaptar su contenido a lo dispuesto en el título preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, de modo que en 2017 se disponga de un nuevo convenio como instrumento de coordinación en materia de consumo de ambas administraciones.

Una vez firmado, dicho convenio se incluirá dentro de los contenidos dedicados a consumo de la Intranet municipal, AYRE.

5. Colaboración con asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales

El Instituto Municipal de Consumo viene estableciendo desde el año 2004 convenios con organizaciones empresariales y con asociaciones de consumidores para el

desarrollo de diferentes actividades en materia de Consumo.

Para el ejercicio 2017, se van a suscribir adendas de prórroga de los convenios de colaboración firmados entre el Ayuntamiento de Madrid y las ocho asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo firmados en el pasado ejercicio 2016.

- Convenios para la realización de programas de orientación jurídica, e información a las personas consumidoras en ejes comerciales y en mercadillos ambulantes.
- Convenios para el desarrollo del programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

Por otra parte, en 2017 entrarán en vigor los nuevos Convenios de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y colegios profesionales, suscritos como medio para articular el pago de las vistas arbitrales en la Junta Arbitral de Consumo y garantizar el funcionamiento del sistema arbitral de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid. Se prevé que el número total de convenios suscritos al efecto sea de 36.

6. Participación en consumo.

El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo, órgano a través del cual se canaliza la participación ciudadana sectorial en esta materia, fue renovado al iniciarse el nuevo mandato corporativo, conforme establece su **reglamento** de funcionamiento. Su función esencial es orientar y asesorar al Ayuntamiento de Madrid en sus actuaciones en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras, manteniendo el Pleno del Consejo reuniones periódicas que tienen por objeto someter a consideración las actuaciones más importantes relacionadas con la actividad desplegada por el Instituto Municipal de Consumo.

Entre estas actuaciones destacan la participación y consulta en la elaboración del Plan de acción anual y el seguimiento de su ejecución a lo largo del año, del Plan de Impulso del Consumo Sostenible y las distintas acciones en él incorporadas, así como la colaboración en la elaboración y difusión del material informativo y los estudios técnicos elaborados por el Instituto Municipal de Consumo.

El Foro Municipal de Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo es un órgano colegiado de asesoramiento, seguimiento y coordinación en materia de promoción del comercio justo en Madrid, en el que participan representantes del Ayuntamiento de Madrid, de las organizaciones de comercio justo, de las asociaciones de consumidores y del sector empresarial de mayor implantación en la ciudad, siendo por lo tanto, un órgano de participación de la ciudadanía a través del movimiento asociativo.

En 2016, se aprobó la nueva regulación de este órgano colegiado, para adaptar su composición y funcionamiento al Decreto de 19 de abril de 2016 de la Alcaldesa por el que se aprueban los modelos de Decreto para la creación de órganos colegiados, así como actualizar, por razón de la materia, las vocalías que representan al Ayuntamiento de Madrid.

En el ejercicio de sus funciones el Foro velará por desarrollar las acciones correspondientes a 2017 contenidas en su Plan de Trabajo bienal y ante él se dará cuenta del informe de evaluación 2016 de los criterios establecidos para el mantenimiento de la acreditación de Madrid como Ciudad por el Comercio Justo.

.....

ANEXO I

TABLA RESUMEN DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO 493.00 "Consumo"
PARA EL EJERCICIO 2017

SUBCON	DENOMINACIÓN	IMPORTE
220.00	MATERIAL DE OFICINA NO INVENTARIABLE	5.000
220.01	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	1.000
221.07	IMPRESOS Y FORMULARIOS	25.850
226.02	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	103.315
226.06	REUNIONES Y CONFERENCIAS	73.000
226.99	OTROS GASTOS DIVERSOS	5.500
227.06	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS (crédito inicial 207.030€ + transferencia de crédito)	737.030
230.10 /.20	GASTOS PERSONAL DIRECTIVO Y NO DIRECTIVO	2.000
231.10/.20	GASTOS DE VIAJE Y LOCOMOCION DIRECTIVO Y NO DIRECTIVO	2.400
260.00	TRABAJOS DE INSTITUCIONES SIN ANIMO LUCRO	207.072
TOTAL CAP. 2		1.162.167
TOTAL PROG. 493.00		1.162.167

ANEXO II
Cronograma campañas programadas de inspección de consumo año 2017:
Distritos e Instituto Municipal de Consumo.

ANEXO

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
APARCAMIENTOS											NAVIDAD
ARREGLOS DE ROPA											
REFORMAS DEL HOGAR											
ARTÍCULOS DE PUERICULTURA EN BAZARES											
ÓPTICAS											
PUBLICIDAD ENGAÑOSA											
					MATERIAL ESCOLAR						
						JOYERIA					
TOMA DE MUESTRAS											
SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS											
COMERCIO ELECTRONICO											
VENTA AMBULANTE AUTORIZADA											
CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS											
PROMOCIÓN DE VENTAS											

SIC

DISTRITOS

SIC+D